SKRIPSI

STRATEGI BERSAING
PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

Oleh:

FEBRI DIAN ANGGRAINI
NPM.14118224

Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
1439 H / 2018 M

STRATEGI BERSAING
PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

FEBRI DIAN ANGGRAINI
NPM.14118224

Pembimbing I : Nizaruddin, S.Ag.,MH.
Pembimbing II : Zumaroh, SE.I.,ME.Sy

Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
1439 H / 2018 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI BERSAING PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)**

Nama : **FEBRI DIAN ANGGRAINI**

NPM : 14118224

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juni 2018

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Nizaruddin, S.Ag.,MH.	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19740302 199903 1 001	NIP. 19790422 200604 2 002

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan Saudari Febri Dian Anggraini**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **FEBRI DIAN ANGGRAINI**
NPM : 14118224
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **STRATEGI BERSAING PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Juni 2018

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Nizaruddin, S.Ag.,MH.	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19740302 199903 1 001	NIP. 19790422 200604 2 002

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1600 /In.28.3/D/ PP.00.9 /07/2018

Skripsi dengan Judul: STRATEGI BERSAING PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah), disusun Oleh: FEBRI DIAN ANGGRAINI, NPM: 14118224, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/06 Juli 2018.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Nizaruddin, S.Ag.,MH.	(.....)
Penguji I	: Hermanita, SE.MM.	(.....)
Penguji II	: Zumaroh, M.E.Sy	(.....)
Seketaris	: Diana Ambarwati, M.E.Sy	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

STRATEGI BERSAING PABRIK PENGGILINGAN PADI BERJALAN PERSEPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Desa Tempuran 12B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

ABSTRAK

Oleh
FEBRI DIAN ANGGRAINI
NPM. 14118224

Skripsi dengan judul "Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan Padi Berjalan Persepektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Desa Tempuran 12B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)" merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang diterapkan oleh pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah. Manfaatnya dapat menambah khasanah pengetahuan mengenai strategi bersaing dalam menghadapi persaingan persepektif eika bisnis islam.

Data yang diperoleh peneliti ini dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis induktif kualitatif, yaitu dimulai dengan menggunakan data yang diperoleh dari lapangan tentang persepektif etika bisnis isalam pada strategi bersaing yang diterapkan, kemudian dianalisis dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis isalam.

Penelitian ini menunjukan bahwa penerapan strategi bersaing yang dilakukan pabrik padi berjalan berbeda-beda. Peneliti tertarik dengan strategi yang diterapkan salah satu grandongan di Desa Tempuran 12B yaitu keunggulan yang di terapkan oleh yualif grandongan yang di miliki oleh Bapak Deni lebih dengan menurunkan ongkos penggilingan sebagai strategi bersaing, yaitu untuk per 12 (duabelas) kg, yualif grandongan mendapatkan 1 kg beras sebagai ongkos penggilingan sedangkan grandongan lainnya mematok harga untuk 10 (sepuluh) kg beras grandongan lainnya mendapat 1 kg beras bawon/bagi hasil. Dengan strategi tersebut di harapkan murahnya harga jasa penggilingan padi tersebut akan membuat masyarakat atau pelanggan menjadi lebih tertarik. Cara tersebut tidak di anjurkan karena sangat bertentanan dalam etika bisnis islam. Selain itu juga dapat merugikan dan menjatuhkan harga jasa penggilingan grandongan lainnya. Dalam berbisnis hendaknya mengutamakan sifat amanah dan taqwa demi terciptanya keindahan walapun dalam lingkup persaingan yang ketat. Sifat amanah dan taqwa terdapat aspek tanggung jawab yang wajib di miliki oleh semua pelaku usaha. Sifat itulah yang menjadi modal awal tiap pelaku usaha untuk membangun dan memajukan usahanya. Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

ORISINILITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febri Dian Anggraini

NPM : 14118224

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2018

Yang menyatakan

Febri Dian Anggraini
14118224

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-nissa: 29).[1]

[1]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h 82

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas selain rasa syukur kepada Allah SWT dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'alamin*. Penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ibunda Maimunah dan ayahanda Usdi tiada suatu katapun yang mampu mewakili ketulisanmu memberikan limpahan do'a & kasih sayang, menguatkan dan mempermudah langkahku di dunia dan akhirat.
2. Kakak-kakakku (Yuli Eko Saputro, Sigit Prio Pranoto, Eva Ria Indayanti, Anjar Anggun Nugroho, Rino Rizal Permana yang selalu memberi semangat dalam menuntut ilmu.
3. Dosen pembimbing Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH. Dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy yang selalu membimbing dan memotivasi hingga terselesainnya skripsi ini.
4. Seluruh sahabat-sahabat terbaikku kluarga besar Ekonomi Syariah angkatan 2014 khususnya kelas D (Adinda, Rahma, Yunia, Mamar, Ipeh, Sherly, Pepep, Ramadan, Yunara, Aini, Ayuna, Siami, Ida, Cinanti, Lulu, Eli, Ratna, Desi, Maya, Vicky, Indrawati, Eva, Novi, Selvia, Friti, Ambar, Riska, Nadia, Mareta, Fadila, Yanti, Feri, Andika, Adi, Fadli, Egi, Januar, Habib, dan Toni) yang berpartisipasi dalam kegiatan perkuliahan selama 4 tahun ini.
5. Seluruh sahabat-sahabat tercintaku Pance *Family* (Rita, Kiki, Laras, Feni, Eta, Dina, Helmi, Widi, Andri, Bayu, Aziz, Amat, Agil, Irfan, Moko, Utoy, Satria, Seto, Munir, dan Danang) yang selalu memberi arahan dan semangat untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
6. Almamater tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjat kan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Peneliti skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bsnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro, Ibu Rina El Maza.S.H.I.M.S.I selaku Ketua Jururan Ekonomi Syariah, Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH, selaku Pembimbing I, dan Ibu Zumaroh, SE.I.,ME.Sy, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapakan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Ucapan terimakasih juga penulis haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, Juli 2018
Penulis,

Febri Dian Anggraini
NPM.14118224

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
HALAMAN KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
D. Penelitian Relevan 8

BAB II LANDASAN TEORI **12**
A. Strategi Bersaing 12
1. Pengertian Strategi Bersaing 12
2. Keunggulan Bersaing 13
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Bersaing 15
4. Macam-macam Strategi Bersaing 17
B. Etika Bisnis Islam 20
1. Pengertian Etika Bisnis Islam 20
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam 22
3. Strategi Bersaing Dalam Etika Bisnis Islam 26
C. Pabrik Penggilingan Padi Berjalan 31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 33

A. Jenis dan Sifat Penelitian 33

B. Sumber Data..... 34

C. Teknik Pengumpulan Data..... 36

D. Teknik Analisa Data..... 37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 39

A. Gambaran Umum Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah 39

1. Profil Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah..... 39
2. Profil Penduduk Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah 41
3. Struktur Organisasi Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah 42
4. Profil Usaha Pabrik Penggilingan Padi Berjalan Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah..... 43

B. Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan di Desa Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah 46

C. Analisis Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan di Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah Perspektif Etika Bisnis Islam..... 50

BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 57

A. Kesimpulan 57

B. Saran..... 57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1 Jumlah Penduduk 40

4.2 Mata Pencaharian Penduduk 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar

4.1 peta Kampung tempuran 12 B Lampung Tengah 39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-Foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dijadikan Allah sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia harus berusaha mencari karunia Allah yang ada di muka bumi ini sebagai sumber ekonomi. Islam sebagai agama yang sempurna memberi pedoman hidup kepada manusia yang mencakup dalam semua aspek kehidupan, baik aspek akidah, ibadah, akhlaq maupun dalam hal muamalah. Manusia diperintahkan untuk berusaha menggunakan semua kapasitas atau potensi yang ada pada diri masing-masing, sesuai dengan kemampuan. Seorang mukmin yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam padangan Islam dinilai sebagai ibadah yang disamping memberikan perolehan material juga akan mendatangkan pahala.

Manusia menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas yaitu dengan cara berbisnis. Berbisnis untuk mencari rezeki hendaknya sesuai dengan syari'at Islam. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat.[1] Sehingga untuk bersaing yang sehat disebut persaingan yang baik, terbaik di hadapan Allah yang dicari untuk setia mentaati aturan-aturan-Nya, dalam usaha bisnisnya sedangkan terbaik di

[1] Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h. 250.

hadapan manusia dengan menjalankan bisnis dengan produk yang bermutu, harga bersaing dan pelayanan total.

Pada prinsipnya bersaing adalah pemahaman terhadap siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan, struktur biaya pesaing dan kapasitas produksi para pesaing.[2] Strategi bersaing adalah untuk mancapai keunggulan kompetitif yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki strategi bersaing selalu mempunyai kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memiliki strategi pemasaran yang efektif.[3] Strategi sangat menentukan dalam persaingan suatu bisnis, dalam menyusun suatu strategi harus sesui dengan etika bisnis, sehingga strategi bersaing dapat dicapai dengan baik tanpa merugikan pesaingnya. Karena Islam telah mengatur tatacara dan strategi dalam bersaing.

Etika bisnis Islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram), artinya pelaksanaan bisnis tetap berpegang pada ketentuan syari'at (aturan-aturan dalam Al-Qur'an dan Hadits). Syariat merupakan nilai utama yang menjadi

---

[2] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 7

[3] Mudrajad Kuncoro, *Manajemen Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 38.

payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi.[4] Mengenai hal ini dapat dipahami bahwa dalam persaingan tidak diperbolehkan adanya tindakan curang atau tidak jujur serta mematikan bisnis pesaingnya demi memenangkan persaingan.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan pada penggilingan padi di Desa Tempuran 12 B, diketahui bahwa jasa penggilingan padi di Desa Tempuran 12 B memiliki harga sendiri-sendiri. Salah satunya yaitu yang diungkapkan oleh Bapak Rukun selaku pemolik Rukun Jaya (RKJ) grandongan. Ia memiliki strategi jujur transparan maksutnya yaitu dalam setiap penggilingan tidak ada manipulasi. Dan setelah penggilingan beras di bersihkan dengan di kipas supaya tidak ada kotoran atau sisa kulit padi. [5]

Bapak joko selaku pemilik Joko grandongan (JK) memiliki strategi bersaing yaitu jujur dan memiliki garansi. Maksutnya setiap penggilingan yang di lakukan meminimalisir jumlah beras menir yang di hasilkan.[6] Strategi bersaing yang di lakukan Mulyani grandongan yaitu jujur dan memiliki areal pemasaran yang luas.[7] Strategi ini bertujuan untuk mendapatkan konsumen-konsumen baru di luar Desa Tempuran 12B.

Sedangkan Bapak Deni selaku pemilik Yualif Grandongan ia memilih menurunkan ongkos harga penggilingan sebagai strategi bersaing, sehingga harganya lebih murah daripada grandongan-grandongan lainnya dan

---

[4] Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Businees And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 3

[5]Wawancara dengan Bapak Rukun, pemilik RKJ grandongan, pada tanggal 6 Juni 2018

[6]Wawancara dengan Bapak Joko, pemilik JK Grandongan, pada tanggal 6 Juni 2018

[7]Wawancara Bapak Kendup, pemilik Mulyani Grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018

diharapkan dengan murahnya harga jasa penggilingan padi tersebut akan membuat masyarakat atau pelanggan lebih tertarik.[8]

Masyarakat Desa Tempuran pada umumnya menyebut jasa penggilingan padi berjalan ini dengan sebutan *grandongan*. Jasa penggilingan padi berjalan (*grandongan*) yang sering beroperasi di sekitar Desa Tempuran 12 B yaitu: RKJ Grandongan (Bapak Rukun), Mulyani Grandongan (Bapak Kendup), Yualfa Grandongan (Bapak Deni), dan JK Grandongan (Bapak Joko).

Konsumen jasa penggilingan padi berjalan ini meliputi para petani yang memiliki lahan atau sawah yang tidak begitu luas. Karena, petani yang memiliki lahan luas, sangat jarang menggunakan jasa penggilingan padi berjalan. Mereka lebih memilih menggiling padinya di pabrik besar, seperti PT. Maju Jaya yang terletak di Kecamatan Trimurjo.[9]

Sistem imbal jasa dari pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B yaitu pada Rukun Jaya (RKJ Grandongan), Jk Grandongan, dan Mulyani Grandongan, bagi hasilnya yaitu setiap 10 kg beras yang digiling, pihak grandongan mendapatkan 1 kg beras. Sedangkan pada Yualif Grandongan yaitu mendapatkan setiap 12 kg beras yang digiling, pihak Yualif Grandongan mendapatkan 1 kg beras. Menurut Bapak Deni, selaku pemilik Yualif Grandongan hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen.[10]

---

[8] Wawancara dengan Bapak Deni, pemilik Yulif Grandongan pada tanggal 7 Juni 2018.

[9] Wawancara dengan Bapak Basir, selaku salah satu petani di Desa Tempuran 12 B, pada tanggal 7 Juni 2018.

[10] Wawancara dengan Bapak Deni, pemilik Yualif Grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018.

Layanan yang diberikan oleh pabrik penggilingan padi berjalan di Tempuran 12 B yaitu dengan memanfaatkan telepon ataupun *short message service* (SMS). Pabrik padi berjalan akan segera datang setelah konsumen memberi tahu bahwa konsumen tersebut membutuhkan jasa penggilingan padi berjalan. Selain itu, konsumen tidak perlu bersusah payah mengangkat atau memikul padi yang akan digiling, karena karyawan jasa penggilingan padi berjalan sudah siap untuk melayani konsumen tersebut.[11]

Mengenai status kepemilikan bekatul (menir) atau dedak hasil penggilingan diserahkan kepada konsumen yang bersangkutan. Apabila konsumen tersebut tidak membutuhkan, maka pihak pabrik padi berjalan akan menerima bekatul atau dedak tersebut dan menjadi milik pihak pabrik setelah melalui persetujuan dengan konsumen.[12] Hal tersebut termasuk dalam pemberian. Pemberian dalam Islam disebut dengan *al-hibah*, yaitu pemberian sesuatu kepada yang lain untuk dimiliki zatnya tanpa mengharapkan penggantian (balasan).[13] Apabila seseorang telah memiliki suatu benda yang sah menurut syara', orang tersebut bebas bertindak terhadap benda tersebut, bauik akan dijual maupun akan digadaikan, baik dia sendiri maupun dengan perantara orang lain.[14]

Strategi bersaing yang diterapkan oleh beberapa pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B berbeda-beda. Sebagai contoh, strategi bersaing yang digunakan oleh Rukun Jaya (RKJ Grandongan) yaitu menjaga

---

[11] Wawancara dengan Bapak Rukun, pemilik RKJ Grandongan, pada tanggal 6 Juni 2018.
[12] Wawancara dengan Bapak Rukun, pemilik RKJ Grandongan pada tanggal 6 Juni 2018
[13] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 210
[14] *Ibid.*, 33

kualitas, jujur, dan transparan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Rukun selaku pemilik Rukun Jaya (RKJ Grandongan) bahwa dengan menjaga kualitas, jujur, dan transparan akan meyakinkan masyarakat untuk selalu menggunakan jasa Rukun Jaya (RKJ Grandongan).[15]

Selain itu, salah satu strategi bersaing yang dilakukan oleh jasa penggilingan padi (grandongan) di Desa Tempuran 12 B ada yang dengan menurunkan harga. Hal ini tentu merugikan pemilik *grandongan* lain. Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ ...

Artinya: *dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil...* (Q.S. Al-Baqarah: 188).[16]

Implementasi nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, dan keadilan merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku usaha. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah. Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun, banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan.

---

[15] Wawancara dengan Bapak Rukun, pemilik RKJ Grandong pada tanggal 6 Juni 2018.

[16] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h. 42

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, pada penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan Padi Berjalan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah)".

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing yang diterapkan oleh pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang di atas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi bersaing pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B Kec. Trimurjo Kab. Lampung Tengah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1) Menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah dalam bidang yang berkaitan dengan muamalah.

2) Sebagai acuan untuk penelitian serupa dimasa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Secara Praktis

1) Pengusaha pabrik penggilingan padi berjalan agar tidak menerapkan strategi besaing yang dapat merugikan pengusaha lainnya.
2) Masyarakat memperbaiki sistem yang tidak sesuai dengan tata aturan yang ada dan menyikapi hal-hal tentang mu'amalah khususnya praktik bisnis yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Penelitian Relevan

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema antara lain:

1. Penelitian Nurcahaya Sianipar, yang berjudul: “Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Laundry di Padang Bulan (Studi Kasus Pada Cheap Laundry)”.

   Penelitian ini membahas tentang strategi bersaing yang diterapkan Cheap Laundry dalam menghadapi persaingan yaitu strategi penetrasi pasar. Strategi penetrasi pasar (market penetration) yaitu strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada

di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Strategi penetrasi pasar (market penetration) dapat diterapkan oleh Cheap Laundry melalui *Matriks* SWOT dengan menerapkan strategi promosi dan strategi perekrutan karyawan. [17]

2. Penelitian karya Widhie Rahadian Pash, yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing Pada Industri Fotografi Studi Pada Seepic Photoworks".

   Penelitian ini membahas tentang strategi bersaing Pada Industri Fotografi Studi Pada Seepic Photoworks dengan analisis SWOT beserta matriksnya. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dapat dipahami bahwa Seepic Photoworks memperoleh strategi bersaingnya selama ini melalui *tacit knowledge* yang didasarkan dari pengalaman yang mereka miliki dan pengamatan yang dilakukan terhadap kondisi pasar sehingga secara tidak sadar menghasilkan strategi bersaing berupa *low cost* dan *differentiation* sehingga kombinasi dari keduanya berupaya menjadikan Seepic Photoworks sebagai best *cost provider* jasa fotografi.[18]

---

[17] Nurcahaya Sianipar, "Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Laundry di Padang Bulan (Studi Kasus Pada Cheap Laundry)", dalam https://text-id.123dok.com/document/8yd72lyp-analisis-strategi-bersaing-pada-usaha-laundry-di-padang-bulan-studi-kasus-pada-cheap-laundry.html, diunduh pada tanggal 16 September 2017

[18] Widhie Rahadian Pash, "Analisis Strategi Bersaing Pada Industri Fotografi Studi Pada Seepic Photoworks", dalam http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?act=view&buku_id=91833&mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&typ=html, diunduh pada tanggal 21 desember 2017

3. Penelitian Simbong Mangiwa yang berjudul: “Analisis Strategi Bisnis Jasa Warung Internet (Warnet) Studi kasus pada Warnet “Global Internet” Kota Depok”.

   Penelitian ini membahas tentang strategi bersaing yang digunakan oleh Warnet Global Internet yaitu strategi Diversifikasi Konsentrik diantaranya merancang sebuah Situs Portal Informasi, Diversifikasi Horisontal diantaranya menambah usaha foto copy, dan Usaha Patungan. Strategi Warnet Global internet yang efektif diperoleh strategi ST yaitu strategi dengan menggunakan *Strength* untuk mengatasi *Threat* yang ada. Adapun strategi ST tersebut dengan mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen dan usaha patungan dengan pengusaha lainnya. [19]

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa ketiga penelitian ini memiliki kesamaan yang peneliti lakukan, yaitu meneliti tentang persaingan dan strategi dalam menciptakan keunggulan bersaing, selanjutnya penelitian ini juga memiliki perbedaan yang mendasar, yaitu peneliti hanya fokus pada strategi bersaing, sedangkan penelitian, peneliti tidak hanya fokus pada strategi bersaing saja, tapi juga pandangan Etika Bisnis Islam terhadap strategi bersaing.

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa proposal yang berjudul “Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan Padi Berjalan di Desa Tempuran 12 B

---

[19] Simbong Mangiwa, “Analisis Strategi Bisnis Jasa Warung Internet (Warnet) Studi kasus pada Warnet “Global Internet” Kota Depok”, dalam http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/postgraduate/information-system/Sistem%20Informasi%20Bisnis/Artikel_92207038.pdf, diakses pada tanggal 17 September 2017

Persepektif Etika Bisnis Islam ”sepengetahuan penulis belum pernah diteliti sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bersaing

1. Pengertian Strategi Bersaing

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.[1]

Pada prinsipnya bersaing adalah pemahaman terhadap siapa pesaingnnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan, struktur biaya pesaing dan kapasitas produksi para pesaing.[2]

Strategi pada konsepnya merupakan suatu rencana permainan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, dengan kata lain strategi bersaing merupakan suatu konsep yang dianggap akan mampu membawa Perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan pasar.[3]

Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Mudrajad Kuncoro, strategi bersaing adalah untuk mancapai keunggulan kompetitif yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam industri yang sama.

---

[1] Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa,* (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 3

[2] *Ibid.*, h. 7

[3] Arwinence Pramadewi, "Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tenunan Ikat dan Kain Songket Dekranasda Rengat", dalam *Jurnal Pekbis*, (Riau: Fakultas Ekonomi Universitas Riau), Vol.2, No.2, Juli 2010, h. 305

Perusahaan yang memiliki strategi bersaing selalu mempunyai kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memiliki strategi pemasaran yang ef.ektif.[4]

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan adalah keunggulan yang tidak mudah ditiru, membuat suatu perusahaan dapat merebut dan mempertahankan posisinya sebagai pimpinan pasar. Karena sifatnya yang tidak mudah ditiru, keunggulan bersaing yang berkelanjutan merupakan satu strategi bersaing yang dapat mendukung kesuksesan suatu perusahaan untuk jangka waktu yang lama.

Berdasarkan definisi di atas dapat peneliti pahami bahwa strategi bersaing dapat diartikan sebagai cara untuk menarik perhatian konsumen dan dalam pelaksanaannya perusahaan dihadapkan pada situasi dan lingkungan pasar yang spesifik, yang memerlukan berbagai variasi.

2. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing akan timbul dengan cara memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Keunggulan bersaing adalah strategi bersaing sesuatu yang dirancang untuk dieksploitasi oleh suatu organisasi.[5]

Keunggulan bersaing suatu perusahaan dapat timbul dari keunggulan biaya, atau karena diferensiasi produk yang dimiliki, atau salah satu fokus (biaya atau diferensiasi). Strategi keunggulan bersaing

---

[4] Mudrajad Kuncoro, *Manajemen Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h. 38.

[5] *Ibid.*, h. 85.

yang didasarkan pada ketiga macam sumber keunggulan itu disebut dengan Strategi generik.[6]

Rantai nilai menguraikan perusahaan menjadi aktivitas-aktivitas yang relevan secara strategis untuk memahami perilaku biaya dan sumber deferensiasi produk yang ada dan yang potensial. Rantai nilai setiap perusahaan terdiri atas sembilan kategori generik aktivitas yang dikaitkan menjadi satu dengan cara yang khas. Rantai nilai generik digunakan untuk memperlihatkan bagaimana suatu rantai nilai dapat dibangun untuk perusahaan tertentu yang mencerminkan aktivitas spesifik yang dilakukan perusahaan. Kesembilan kategori generik aktivitas itu meliputi infrastruktur perusahaan; manajemen sumber daya manusia; pengembangan teknologi; pembelian; logistik ke dalam; operasi; logistik keluar; pemasaran dan penjualan; serta pelayanan.[7]

Dalam industri kecil strategi keunggulan bersaing dapat timbul dari dua dasar utama yaitu keunggulan biaya dan diferensiasi produk. Keungguian biaya produksi terjadi di kebanyakan industri kecil melalui penghematan biaya yang bersumber pada tenaga kerja yang murah, harga bahan baku yang relatif murah, dan pemakaian alat-alat produksi yang sederhana sehingga tidak memerlukan angka penyusutan yang besar. Sedangkan diferensiasi produk muncul dari keunikan proses produksinya,

---

[6] Widia Astuty, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pangsa Pasar Industri Kecil Pengolahan Ikan di Sumatera Utara", dalam *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis,* (Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara), Vol. 10, No. 1 Maret 2010, h. 12

[7] *Ibid.,* h. 12

yang kebanyakan dikerjakan secara manual dan tidak setiap orang memiliki keterampilan untuk pekerjaan itu.[8]

Perusahaan yang memiliki strategi bersaing selalu mempunyai kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memiliki strategi pemasaran yang efektif.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Bersaing

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing adalah:

a. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjai faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis akan menarik perhatian pembeli.

Letak atau lokasi akan mrnjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh akan membeli, tapi presentasinya kecil.[9]

b. Harga

Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.[10] Harga menentukan apakah sebuah supermarket, minimarket, atau swalayan banyak dikunjungi konsumen atau tidak.

---

[8] *Ibid.*, h. 12

[9] Frans, *Manajemen Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta:GrasindO, 2003), h. 60

[10] Helin Frences, *Stategi Konsepsi Memenangkan Perang* Bisnis, (Jakarta: Mida Pustaka, 2007), h. 35

Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang.

c. Pelayanan

Program pelayanan seringkali menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola supermarket/minimarket. Pelayanan melalui produk berarti konsumen dilayani sepuasnya melalui persediaan produk atau jasa yang ada, produk yang bermutu.[11]

Pelayanan yang efektif yaitu melalui kemampuan fisik yang lebih mengacu kepada kenyaman, kenyamanan saat menyapa konsumen maupun melayani konsumen.

d. Mutu dan kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh mutu dan kualitas suatu produk yang dihasilakan perusahaan.[12] Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas tenaga kerja, proses, dan lingkungan yang berhubungan dengan produk atau jasa.[13]

Kualitas produk ditunjukan oleh layak atau tidaknya produk yang konsumen peroleh. Dengan demikian konsumen akan lebih

---

[11] Husein Umar, *Strategik Manajemen In Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003), h. 42

[12] Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supplay Manajeen Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: PT Grasind, 2005), h. 18

[13] Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h. 22

tertarik dengan produk yang berkualitas mutunya karena kualitas barang itu lah yang dicari dan diminati para konsumen.

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing yaitu lokasi usaha yang strategis atau jarak tempuh yang pendek akan menarik perhatikan konsumen, harga menentukan pilihan para konsumen, pelayanan yang ramah dan nyaman akan disegani para konsumen. Kulitas produk yang bermutu akan merangsang respon pasar yang lebih cepat.

4. Macam-macam Strategi Bersaing

Macam-macam strategi bersaing antara lain sebagai berikut:[14]

a. Strategi diferensiasi

Strategi generik yang pertama ini adalah mendiferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, yaitu menciptakan sesuatu yang baru yang dirasakan oleh keseluruhan industri sebagai hal yang unik.[15]

Menurut porter diferensiasi adalah kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewaan/ciri-ciri khusus, atau layanan purna-jual.

---

[14] Nurul Fadilah, "Pengaruh Strategi Kompetitif Terhadap Kinerja Perusahan Dengan *Supply Chain* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2011)", Dalam Http://Eprints.Perbanas.Ac.Id/1610/, Diakses Pada Tanggal 14 Oktober 2017

[15] Michael E. Porter, *Competitive Strategy*, Alih Bahasa oleh Agus Maulana, (Jakarta: Erlangga, 1980), h. l 33

Strategi ini disebut generik karena perusahaan dengan jenis dan ukuran apapun bahkan organisasi nonprofit dapat menggunakannya.[16]

Produk merupakan bauran yang paling mendasar. Produk tidak hanya objek fisik, tetapi merupakan seperangkat manfaat atau nilai yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, baik manfaat secara fungsional, pesikologis maupun sosial. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragam, bentuk, merek, kemasan,ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian.[17]

Diferensiasi berhubungan dengan penyajian sesuatu keunikan. Bersaing dengan mengunggulkan kualitas yang baik sehingga membedakan diri dari pesaing.[18] Peluang sebuah perusahaan untuk menciptakan keunikan dapat dilakukan pada semua aktivitas perusahaan. Diferensiasi harus diartikan melampaui ciri fisik dan atribut jasa yang mencakup segala sesuatu mengenai produk atau jasa yang mempengaruhi nilai di mana konsumen dapatkan darinya.

b. Strategi biaya rendah

Biaya rendah adalah kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat, dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien dari pada pesaingnya. Memiliki posisi biaya rendah memungkinkan perusahan tetap mendapat laba pada masa-masa persaingan ketat. Harga yang murah

---

[16] J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, Alih Bahasa oleh Julianto Agung , (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 34

[17] M. Suyanto, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 110

[18] Akbar Zainudin, *Man Jadda Wajjada*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 88

brfungsi sebagai hambatan pesaing untuk masuk ke dalam industri dan hanya sedikit yang dapat menandingi keunggulan biaya pemimpin.[19] Akibatnya pesaing secara bertahap meninggalkan pasar dan pada akhirnya hanya tinggal beberapa perusahaan yang bertahan.[20]

Kepemimpinan biaya rendah berarti mencapai nilai maksimum sebagaimana yang diinginkan pelanggan. Hal ini membutuhkan pengujian sepuluh keputusan manajemen operasi dengan usaha yang keras untuk menurunkan biaya dan tetap memenuhi nilai harapan pelanggan. Strategi biaya rendah tidak berarti nilai atau kualitas barang menjadi rendah.

c. Strategi fokus

Strategi yang terakhir adalah memusatkan (fokus) pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Jika strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukan untuk mencapai sasaran mereka diseluruhan indiustri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik.[21] Dengan memahami secara khusus apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, maka perusahaan akan lebih berhasil dari perusahaan lain yang tidak mempelajari secara khusus.[22]

---

[19] J. David Hunger & Thomas L, *Manajemen Strategis*, h. 246

[20] Suwarsono, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan, 1994), h. 272

[21]Michael E. Porter, *Competitive Strategy*, h. 34

[22] Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor :Ghalia Indonesia, 2005), h. 107

Perusahaan apapun harus menyusun dan mengembangkan jasa pelayanan pada pelanggan yang memang diinginkan oleh para pelanggan. Jasa pelayanan ini juga harus efektif dalam memenangkan persaingan.[23]

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak strategi bersaing. Strategi-strategi tersebut masing-masing memberikan peluang bagi para pemilik usaha untuk bersaing dengan pengusaha lain. Idenya yaitu meraih keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing berarti menciptakan sistem yang mempunyai keunggulan, karena pada dasarnya strategi bersaing adalah untuk mancapai keunggulan kompetitif yaitu kemampuan suatu pelaku usaha untuk meraih keuntungan.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*).[24] Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.[25]

---

[23] M. Suyanto, *Marketing Strategi*., h. 119

[24] Irham Fahmi, *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, Bandung, 2014), h. 2

[25] Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 5

Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.[26]

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Menurut Buchari Alma yang dikutip oleh Adul Aziz, pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga bisa diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.[27]

Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.[28]

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan as-Sunnah Nabi Muhammad Saw,

---

[26] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 24

[27] *Ibid.*, h. 28

[28] Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 115

sebagai acuan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara alami.[29]

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal-hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Membicarakan etika bisnis Islam adalah menyangkut "*Business Firm*" dan atau "*Business Person*", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.[30]

Berdasarkan penjelasan dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan al-Qur'an dan Hadits. Etika bisnis Islam ialah suatu landasan yang digunakan oleh para pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya yang sesuia dengan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam. Prinsip utama etika bisnis Islam adalah tanggung jawab. Tanggung jawab merupakan prinsip

---

[29] Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filososfis, dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 30.

[30] Abdul Aziz, *Etika Bisnis.*, h. 35

dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Segala kebebasan dalam melakukan aktivitas bisnis oleh manusia, maka manusia tidak terlepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia atas aktivitas yang dilakukan.[31] Para pelaku bisnis harus bisa mempertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya, baik kepada Allah maupun pada pihak-pihak yang berkepentingan untuk memenuhi tuntutan keadilan.[32]

Tanggung jawab itu menghendaki supaya setiap pribadi, memiliki keberanian dan keikhlasan dalam melaksanakan kewajibannya. Berani tidak saja pada saat-saat yang menguntungkan, tetapi juga pada saat-saat kritis dan krisis, tanggung jawab juga mengandung arti adanya pengorbanan. Bertanggungjawab berarti memfungsionalkan sifat-sifat manusiawi untuk mempertahankan nilain-nilai pribadi yang luhur serta dapat mendudukkan nilai harga diri manusia sebagai manusia.[33]

Pelaksanan tanggung jawab suatu bisnis/usaha merupakan komitmen pengusaha atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.[34]

---

[31] Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam.*, h. 311.

[32] Erni R. Ernawati, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 41.

[33] Burhanuddin Salam, *Etika Individual; Pola Dasar Filsafat Moral*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 58

[34] Irham Fahmi, *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*, h. 81

Tanggung jawab sosial perusahaan perlu diupayakan di lingkungan internal dan eksternal. Pada lingkungan internal perusahaan bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat memperhatikan kesejahteraan karyawan, serta menjalankan manajemen yang beretika. Sedangkan untuk faktor eksternal perusahaan dituntut untuk memperhatikan lingkungan, sifat responsif terhadap kebutuhan lingkungan menjadi keharusan.[35] Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: *Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya*. (Q.S. Al-Muddatstsir: 38).[36]

Selain prinsip tanggung jawab di atas, menurut Djakfar, beberapa prinsip dalam etika bisnis Islam dan menjadi acuan dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu sebagai berikut:[37]

a. Jujur dalam takaran (*quantity*)

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan. Untuk membangun kerangka kepercayaan dalam bisnis, seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasian antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi (penjual) maupunorang lain (pembeli).

---

[35]Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h 33

[36] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h. 985

[37] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam,* (Malang: UIN Malang Pers, 2007), h. 25-31

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*).

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal, tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan (balance) antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar msyarakat, baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Sikap semacam ini antara lain yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang di dalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.

c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)

Sering kali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan obral sumpah. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.

d. Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*)

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Mengenai hal ini, seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini, seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli.

e. Membangun hubungan baik antar kolega (*interrelationship*).

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoli maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

f. Menetapkan harga dengan transparan.

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Maka dari itu, menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh keuntungan, namun hak pembeli harus tetap dihormati.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu meliputi jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), longgar dan bermurah hati (*tatsamuh* dan *taraahum*), membangun hubungan baik antar kolega (*interrelationship*), dan menetapkan harga dengan transparan. Apabila prinsip-prinsip tersebut dipahami oleh para pengusaha, bukan tidak mungkin usahanya akan lancar dan diridhai oleh Allah SWT.

3. Strategi Bersaing Dalam Etika Bisnis Islam

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas telah memberikan aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat

praktik persaingan yang tidak sehat. Minimal terdapat tiga unsur yang perlu dicermati dalam membahas persaingan bisnis menurut etika bisnis Islam, yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk yang dipersaingkan.[38]

a. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya terkait dengan pandangannya tentang bisnis yang digelutinya termasuk persaingan yang terjadi di dalamnya. Bagi seorang Muslim, bisnis yang dilakukan dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta.

> Harta yang diperoleh adalah rizki yang merupakan karunia yang telah ditetapkan Allah. Tugas manusia adalah melakukan usaha untuk mendapatkan rizki dengan cara yang sebaik-baiknya. Salah satunya dengan cara berbisnis, ia tidak akan takut kekurangan rizki atau kehilangan rizki hanya karena anggapan rizki diambil pesaing.[39]

Meyakini bahwa bisnis adalah perintah Allah akan menjadi kekuatan ruhiyah bagi seorang pembisnis Muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berbisnis. Selama berbisnis, senantiasa sandarkan segala sesuatunya kepada Allah.[40]

Manakalah bisnisnya memenangkan persaingan, ia bersyukur. Sebaliknya, ketika terpuruk dalam bersaing, ia bersabar. Intinya segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal

---

[38] Taufiq Amir, *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 159

[39] *Ibid.*, h. 167

[40] Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara, 2005), h. 254

prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Seorang Muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar di seluruh penujur bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan "persaingan". Bagi seorang Muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaingan "tidak membanting harga, maupun merugikan konsumne", dan dengan pelayanan total.

b. Cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Karenanya, bisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengtur masalah muamalah. Karenanya persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.[41]

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan piha-pihak lain seperti rekan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, pembisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik diartikan memberikan servis yang dilarang syariah. Pemberian suap untuk memulusklan neg0osiasi, jelas dilarang syariah. Atau cara memberikan umpan perempuan, sebagaimana telah menjadi hal lumrah dalam praktik bisnis sekarang.

[41] *Ibid*., h. 268

Hubungan dengan rekan bisnis, setiap pebisnis Muslim harus memperhatikan hukum Islam yang berkaitan dengan akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi, memberikan sampel produk dengan kualitas yang sangat baik, padahal yang dikirimkan memiliki kualitas jelek.[42]

Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Itu bukan berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan strateig bersaingnya. Yang beliau lakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebut spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal seperti itu ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

c. Produk (barang dan jasa) yang Dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah sebagai berikut:

1) Produk

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas terjamin, dan berdaya saing.

[42] Taufiq Amir, *Manajemen Strategi.*, h. 167

2) Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, maka harga harus kompetitif. Dalam hal ini tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing. [43]

3) Tempat

Tempat harus baik, bersih, sehat, dan nyaman agar dapat menarik pelanggan.

4) Pelayanan

Suatu usaha bisnis akan senantisa berkembang dan sukses manakala ditunjukkan dengan adanya pelayanan terbaik. Pelayanan harus diberikan dengan ramah dan sopan.

5) Layanan Purna Jual

Layanan purna jual ini merupakan servis yang diberikan kepada konsumen untuk sesuai akad yang telah disepakati.[44] Atau dapat di artikan sebagai garansi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa produk yang dipersaingkan yaitu untuk memuaskan konsumen serta melayani beberapa segmen pasar tertentu. Pilihan produk yang dipersaingkan sangat tepat diterapkan jika pasar terdiri dari produk, harga, tempat, pelayanan, dan layanan purna jual.

---

[43]Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*,(jakarta: Gema Insani Press,2002), h. 96

[44] Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), Cet. 1, h. 96

C. Pabrik Penggilingan Padi Berjalan (Grandongan)

Penggilingan padi dikategorikan sebagai salah satu jenis usaha jasa. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak dengan pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Penggilingan padi merupakan alat atau mesin perontok kulit padi, dimana padi atau gabah yang sudah dijemur dimasukkan ke dalam mesin penggilingan padi tersebut, setelah mengalami proses di dalam mesin, padi tadi keluar dalam bentuk beras. Pekerjaannya bisa dilakukan oleh dua orang dimana satu orang memasukkan padi ke dalam mesin, dan satu orang lagi menampung hasil dalam bentuk beras, tetapi bisa juga dikerjakan oleh satu orang namun kerjanya agak sedikit rumit.[45]

Dalam proses penggilingan padi, mesin penggilingan padi ini mengeluarkan tiga bagian, yang pertama adalah kulit padi atau disebut juga sekam, yang kedua adalah beras, dan yang ketiga adalah dedak yaitu bagian beras yang halus bercampur dengan kulit padi. Dedak bisa dijadikan untuk pakan ternak seperti ayam, bebek, bisa juga untuk campuran makan kambing dan sapi.[46]

Jasa penggilingan padi keliling merupakan bentuk dari adanya perubahan sosial yang dulunya hanya menetap di rumah, para pelanggan

---

[45] Husni Darmawan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Jasa Penggilingan Padi di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Tinjauan Ekonomi Islam", dalam http://repository.uin-suska.ac.id/6694/3/BAB_II_2_.pdf, diakses pada tanggal 17 September 2017

[46] *Ibid*

datang bila ingin menggunakan Jasa Penggilingan Padi tersebut, kini seiring perubahan zaman dan kemajuan teknologi alat Penggilingan Padi pun dapat dipindah-pindahkan tempatnya sesuai dengan lokasi pelanggan yang ingin menikmati Jasa Penggilingan Padi. Jasa penggilingan padi keliling tercipta karena adanya inisiatif dari masyarakat agar memudahkan para petani untuk menggolah hasil pertaniannya. Pengguna jasa penggilingan padi keliling ini adalah masyarakat lapisan menengah ke bawah yang ingin menekan biaya pengeluaran produksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup yang lain.[47]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa jasa penggilingan padi keliling adalah usaha penggilingan padi yang merubah padi menjadi beras dengan menggunakan alat penggilingan padi yang bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya.

[47] Rengga, "Analisis Keuntungan Usaha Huller Berjalan (Studi Kasus di Nagari Koto Baru Simalanggang Kabupaten Lima Puluh Kota)", dalam http://scholar.unand.ac.id/19856/2/ upload %20bab1.pdf, diakses pada tanggal 17 September 2017

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research)*, dikarenakan penelitian ini menitikberatkan pada hasil pengumpulan data dari informan yang telah ditentukan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan tersebut.[1]

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dan fokus terhadap objek yang diteliti. Adapun lokasi pada penelitian ini adalah Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha

[1] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Teknik Penyusunan Skipsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 96.

mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

Menurut Husein Umar, deskriptif adalah "menggambarkan sifat suatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.[2] Sedangkan menurut Abdurrahmat Fathoni, menyatakan bahwa "Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu."[3]

Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi bersaing yang diterapkan oleh para pengusaha penggilingan padi keliling di Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sumber dari mana data dapat diperoleh. Mengenai sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.[4] Pada penelitian ini, sumber data primer terdiri dari konsumen jasa penggilingan padi keliling dan

---

[2] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009) h. 22.

[3] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, h. 97

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 137.

pengusaha Pabrik Penggilingan Padi berjalan Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah yaitu: RKJ Grandong (Bapak Rukun), Mulyani Grandong (Bapak Kendup), Yualfa Grandong (Bapak Deni), dan JK Grandong (Bapak Joko).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.[5] Data sekunder ini membantu peneliti untuk mendapatkan bukti maupun bahan yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat memecahkan atau menyelesaikan suatu penelitian dengan baik karena didukung dari buku-buku baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

Data sekunder pada penelitian ini yaitu meliputi buku-buku sebagai berikut:

a. Buku dengan judul *Strategi Bersaing: Konsep, Riset, dan Instrumen,* karya Liana Anatan, Penerbit Alfabeta, Tahun 2009.
b. Buku dengan judul *Etika Bisnis: Teori Kasus, dan Solusi,* karya Irham Fahmi, Penerbit Alfabeta, Tahun 2014.
c. Buku dengan judul *Fiqh Muamalah*, karya Hendi Suhendi Penerbit Raja Grafindo Persada, Tahun 2002.
d. Buku dengan judul *Etika Bisnis Perspektif Islam,* karya Abdul Aziz, Penerbit Alfabeta, Tahun 2013.

[5] *Ibid*

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.[6] Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancarai.[7]

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.[8]

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni teknik interview yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.[9] Peneliti menilai bahwa wawancara ini sangat efektif. Karena dengan wawancara tersebut peneliti dapat memperoleh data-data yang diperlukan di dalam penelitian ini dengan efektif dan efisien, yang mana peneliti akan mencari data melalui wawancara yang dipimpin oleh

---

[6] Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian Skripsi Tesis Disertasi, dan Karya Ilmiah,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 138.

[7] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.,* h. 105

[8] Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 83

[9] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 199

konsumen jasa penggilingan padi keliling dan pengusaha Pabrik Penggilingan Padi berjalan Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah yaitu: RKJ Grandong (Bapak Rukun), Mulyani Grandong (Bapak Kendup), Yualif Grandong (Bapak Deni), dan JK Grandong (Bapak Joko)

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkip, surat kabar, *ledger*, agenda dan sebagainya.[10] Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya.[11]

Pada penelitian ini teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dokumentasi seperti dokumen-dokumen, buku-buku yang berkaitan dengan strategi bersaing pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

D. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan

---

[10] *Ibid*
[11] Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, h. 112

kepada orang lain.[12] Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia.[13]

Cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.[14]

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh dari sumber data primer dan skunder kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai strategi bersaing yang diterapkan pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B dilihat dari etika bisnis Islam.

---

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian.*, h. 244

[13] Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), h. 16.

[14] Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach I*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984), h. 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Desa Tempuran 12B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah

1. Profil Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah

Kampung Tempuran berdiri pada tahun 1936 oleh pemerintah kolonial Belanda. Dimana seluruh penduduknya berasal dari pulau jawa sebanyak 445 kepala keluarga, yang dibagi menjadi 3 (tiga) bedeng antara lain; Endromulyo (Bedeng 12A), Endrorejo(Bedeng 12B)**,** Endrosari(Bedeng 12C). Ketiga perdukuan tersebut dibawah kepemerintahan Kepala Kampung yang bernama Sastro Suwito. Beberapa tahun kemudian ketiga perdukuan tersebut berganti nama menjadi Tempuran, dikarenakan pada waktu itu Clas II yaitu tepatnya pada tanggal 02 Februari 1949, di perdukuhan Endromulyo dipakai sebagai ajang pertempuran melawan penjajah Belanda.[1]

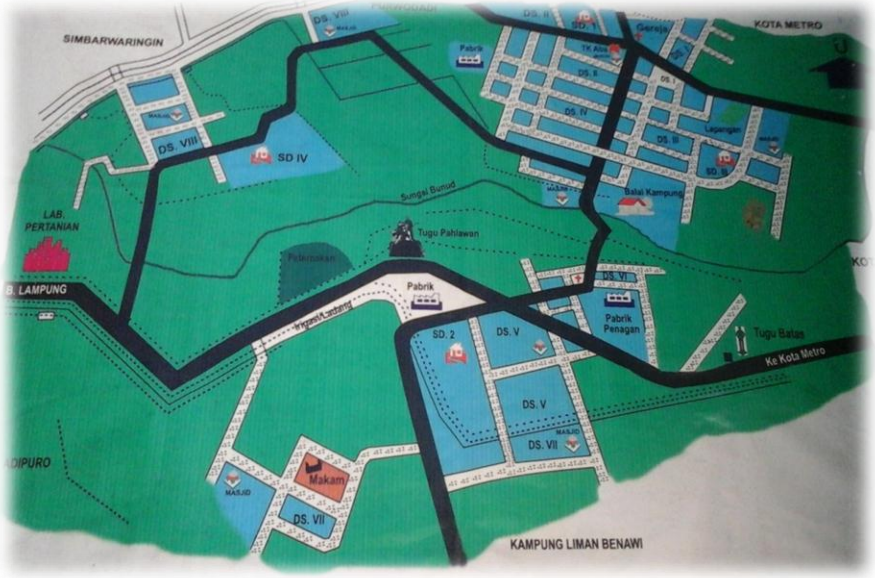
Kampung Tempuran Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah secara geografis dengan ketinggian 74,5 M dari permukaan laut. Dengan luas wilayah 500,80 Ha. Jarak tempuh dengan pusat pemerintahan kabupaten 20 KM dengan waktu tempuh 1 jam. Sedangkan jarak dengan pusat pemerintahan propinsi 40 km dengan waktu tempuh 1,5 jam.

[1]Dokumentasi , Monografi Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, diakses pada tanggal 6 Juni 2018

Kampung Tempuran adalah salah satu dari 14 Kampung/Kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Kampung Tempuran berbatasan dengan :

a) Sebelah Utara berbatasan dengan : Kampung Purwodadi
b) Sebelah Selatan berbatasan dengan : Kampung Liman Benawi
c) Sebelah Timur berbatasan dengan : Kelurahan Ganjar Agung Kota Metro
d) Sebelah Barat berbatasan dengan : Kelurahan Simbarwaringin

Tampak dalam peta kampung berikut ini:



Gambar 4.1 peta Kampung tempuran 12 B Lampung Tengah

2. Profil penduduk desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kbupaten Lampung Tengah

Kampung Tempuran mempunyai luas wilayah 500,80 ha, terbagi dalam 8 dusun yang terdiri dari 31 Rukun Tetangga (RT). Kampung Tempuran menganut sistem kelembagaan Pemerintahan Kampung dengan pola minimal. Sistem ini di ambil karena kampung tempuran 12 B mempunyai luas wilayah yang sangat kecil.

Iklim Kampung Tempuran, sebagai mana kampung-kampung lain di wilayah indonesia yaitu mempunyai iklim kemarau dan penghujan. Hal tersebut mempunyai pengaruh langsung terhadap pola tanam yang ada di Kampung Tempuran Kecamatan Trimurjo. Kampung Tempuran mempunyai jumlah penduduk 5.168 jiwa berdasarkan data penduduk tahun 2013, yang tersebar dalam 8 dusun dengan perincian sebagaimana tabel:[2]

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk

Dusun I	Dusun II	Dusun III	Dusun IV	Dusun V	Dusun VI	Dusun VII	Dusun VIII
648	696	678	560	693	547	739	605

Sumber: profil Kampung Tempuran2017

Kampung Tempuran mempunyai lahan pertanian yang sangat luas maka, mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Dengan jumlah penduduk usia belum/tidak produktif jiwa tersebut.

[2]Dokumentasi , Monografi Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, diakses pada tanggal 6 Juni 2018

Dengan demikian dapat di simpulkan untuk jumlah penduduk tidak produktif lebih sedikit atau berkisar 40% dari total jumlah penduduk, hal tersebut meliputi pelajar, anak-anak dan lanjut usia.

Sedangkan jumlah usia produktif selengkapnya sebagai berikut :

Tabel 4.2 Mata Pencaharian Penduduk

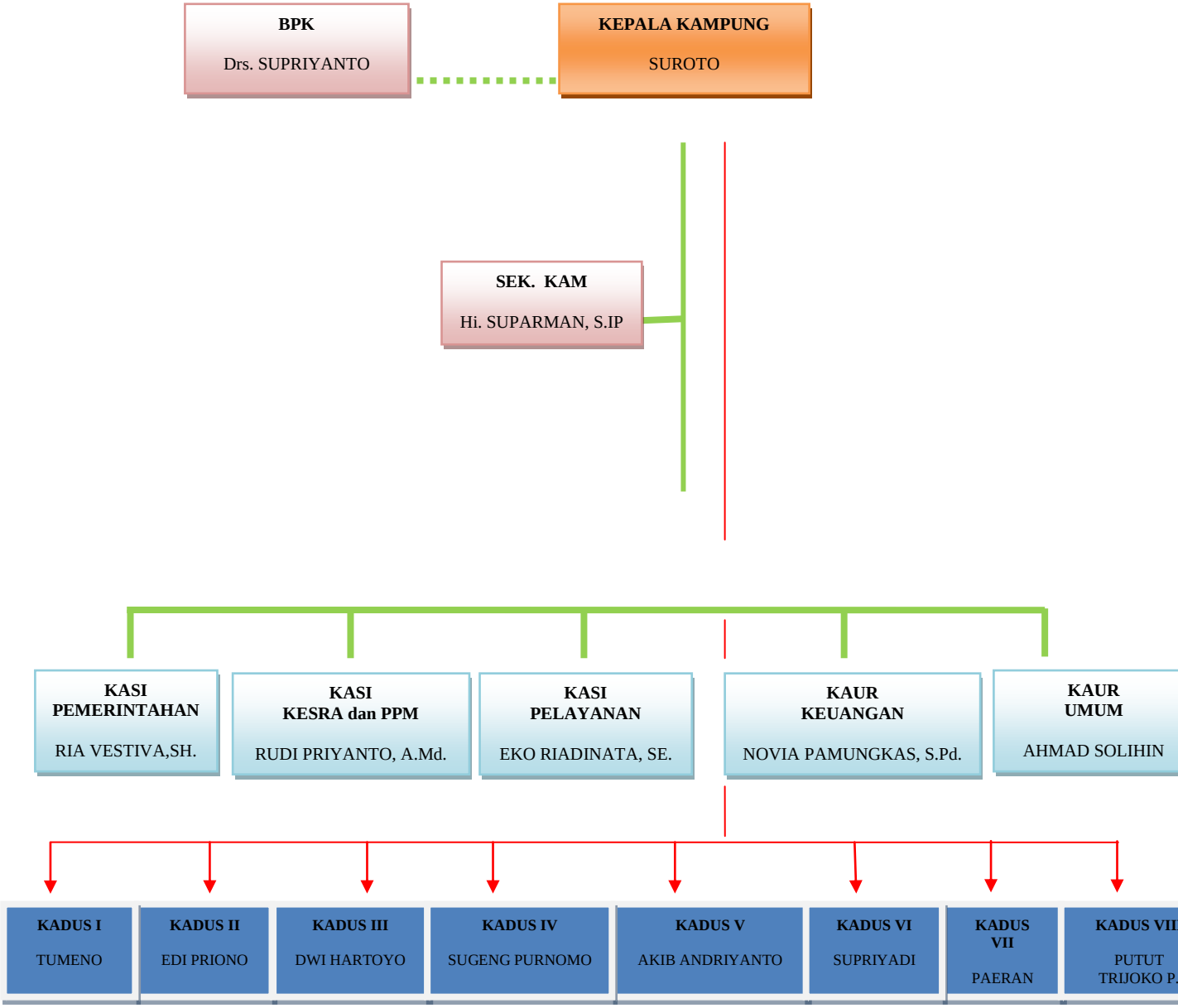
Petani	Pedagang	Wiraswasta	PNS	Buruh
1015	336	482	96	1105

Sumber: profil Kampung Tempuran2017

Dapat kita lihat dari paparan di atas desa tempuran 12 B memiliki luas wilayah 500,80 Ha. Dari luas wilayah tersebut desa tempuran 12 B memiliki luas lahan pertanian 335,50 Ha, wilayah pertanian mencapai 60% dari total luas keseluruhan desa. Maka mata pencaharian di desa tempuran 12 B mayoritas petani yaitu 1015 jiwa.

3. Struktur Organisasi Pemerintahan Kampung

Kampung Tempuran menganut sistem kelembagaan Pemerintahan Kampung dengan pola minimal, selengkapnya sebagai berikut:



4. Profil usaha pabrik penggilingan padi berjalan Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kbupaten Lampung Tengah

Pabrik penggilingan padi berjalan RKJ grandongan, JK grandongan, yualif grandongan, dan mulyani grandongan merupakan usaha penggilingan yang bergerak dalam bidang industri. Pabrik

penggilingan padi yang menjual jasa penggilingan padi menjadi beras. Pabrik penggilingan padi tersebut bertempat di Desa Tempuran 12B Lampung Tengah dan beroprasi di desa-desa sekitar. Pabrik ini mulai beroprasi 5-3 tahun yang lalu dengan awal berdirinya hanya satu pabrik. Kemudian meningkat menjadi empat pabrik karena meningkatnya jumlah panen padi di desa tempuran 12B dan desa-desa sekitar.[3]

Keberadaan pabrik penggilingan padi berjalan ini bukan tanpa sebab, melainkan karena minimnya penggilingan padi yang ada di Desa Tempuran 12 B. Para pelaku bisnis ini menjadiakan kekurangan jasa penggilingan menjadi ladang usaha yang menjanjikan. Hal tersebut di karenakan banyaknya jumlah petani yang ada di Desa Tempuran. Maka pembuatan usaha grandongan sangat efektif untuk di jadikan ladang usaha baru yang berguna untuk pelaku usaha dan para petani sendiri.

Meningkatnya jumlah grandongan yang ada di desa tempuran 12 B memudahkan para petani dalam proses penggilingan. Kemudahan yang di rasakan para petani yaitu tidah repot membawa hasil panennya jika ingin melakukan penggilingan. Dengan layanan panggilan atau pesan via telfon atau *short massage service* (SMS) konsumen sudah dapat menggilingkan padinya dengan mendatangkan grandongan ke rumahnya.[4] Hal ini menjadi lebih efisien dan memudahkan konsumen ketimbang membawa hasil panennya ke tukang giling yang menetap pada satu tempat. Selain lebih irit

---

[3]Wawancara dengan Bapak Suroto, kepala Kampung Tempuran pada tanggal 6 Juni 2018

[4] Wawancara dengan Bapak Basir, konsumen Grandongan pada tanggal 7 Juni 2018

biaya, konsumen juga tidak perlu mengeluarkan tenaga untuk mengangkat dan memindahkan gabah yang akan di gilingkan.

Selain terdapat banyak sekali kemudahan yang di timbulkan dengan adanya grandongan, terdapat kerugian yang di dapat dari adanya grandongan ini. Suara yang sangat keras dari mesin grandongan ini terkadang mengganggu penduduk lainnya yang tidak mempunyai kepentingan dengan grandongan-grandongan ini. Limbah saat melakukan penggilingan biasanya memang menjadi tanggung jawab dari konsumen itu sendiri.

Limbah merang maupun debu yang di akibatkan dari penggilingan biasanya tidak terlalu di pikirkan oleh pihak penggiling dan konsumen. Limbah tersebut sangat mengganggu masyarakat sekitar, solusi yang mungkin bisa di ambil dari adanya debu ini yaitu lokasi penggilingan yang harus berada jauh dari rumah-rumah warga (pekarangan). Namun tidak semua warga yang hendak melakukan penggilingan mempumyai pekarangan/tempat yang dapat di gunakan untuk melakukan penggilingan. Jadi masalah-masalah seperti ini biasanya hanya mampu di atasi dengan cara mempunyai sifat kerelaan hati bagi masyarat yang tidak berkepentingan denga grandongan.

B. Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan Padi Berjalan Desa Tempuran 12B

Berdasarkan data yang didapat dari masing-masing pengusaha pabrik pengglingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B. Terdapat beberapa cara-cara dan inofasi yang di gunakan para pengusaha pabrik penggilingn padi berjaln untuk menggait para konsumen. Cara-cara ini terbilang sangat beragam, hampir setiap pengusaha grandongan mempunyai strategi masing masing.

Pabrik penggilingan padi berjalan Rukun Jaya (RKJ grandongan) yang di miliki bapak Rukun, memiliki invosai tersendiri yaitu mengedepankan kualitas, jujur dan transparan. Tidak hanya sampai disitu saja untuk memudahkan pelanggannya, Rukun Jaya (RKJ grandongan) memiliki cara jemput bola secara online ini menjadi inovasi yang baik supaya para pelanggan bisa menggilingkan padinya di Rukun Jaya (RKJ grandongan) kapan saja tanpa menunggu Rukun Jaya (RKJ grandongan) tersebut lewat depan rumah konsumen, strategi tersebut sesuai dengan teori yaitu strategi fokus yang bertujuan untuk melayani target tertentu secara baik.[5]

Selain itu Rukun Jaya (RKJ grandongan) juga menjual beras siap konsumsi dengan harga standar pasar. Penjualan beras tersebut tidak hanya di lakukan oleh grandongan Rukun Jaya (RKJ Grandongan) saja, tetapi di lakukan oleh semua grandongan yang ada di Dsesa Tempuran 12 B. Namun penjualan beras ini tidak di jadikan pihak grandongan menjadi pekerjaan inti.

---

[5]Michael E. Porter, *Competitive Strategy*, Alih Bahasa oleh Agus Maulana, (Jakarta: Erlangga, 1980), h. 34

Penjualan beras ini di lakukan jika ada konsumen yang ingin membeli/memesan beras pada pihak grandongan.[6]

Pabrik penggilingan padi berjalan Joko (JK Grandongan) yang di miliki Bapak Joko menjadi salah satu dari empat grandongan yang beroprasi di sekitaran Desa 12 B dan Desa di sekitarnya. Hampir sama dengan Rukun Jaya (RKJ grandongan), Joko (JK grandongan) memiliki strategi bersaing yang tidak kalah dengan grandongan lainnya yaitu mengedepankan kejujuran. Selain itu keunggulan yg dimiliki Joko (JK grandongan) yaitu bergaransi, maksudnya dari beras yang ia jual jika beras tersebut setelah di masak tidak enak di makan itu akan menjadi tanggung jawab dari pihak Joko (JK grandongan). Dengan di berikan inofasi tersebut pihak pembeli/konsumen menjadi merasa aman jika ingin membeli beras di tepat Joko (JK grandong).[7]

Strategi pabrik penggilingan padi berjalan mulyani grandongan yang di miliki Bapak Kendup yaitu dalam beroprasi mempunyai jangkauan atau jelajah yang lebih luas di banding grandongan-grandongan lainnya. Strategi ini memiliki keuntungan dan kerugian seperti jangkauan yang luas sama saja semua orang mengetahui keberadaan mulyani grandongan serta peluang kedepannya yang lebih bagus.[8] Dengan strategi tersebut akan selalu mendapat konsumen baru yang baru tau tentang keberadaan mulyani grandongan. Untuk kerugiannya dapat di lihat di bahan bakar grandongan tersebut dan

---

[6] Wawancara dengan Bapak Rukun, pemilik RKJ grandongan pada tanggal 6 Juni 2018

[7] Wawancara dengan Bapak Joko, pemilik JK grandongan, pada tanggal 6 Juni 2018

[8] Wawancara dengan Bapak Kendup, pemilik mulyani grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018

waktu yang terbuang jika tidak ada konsumen yang ingin melakukan penggilingan. Kerugian ini bisa saja hanya terjadi di awal pengenalan saja jika strategi pengenalan berhasil.

Sedangkan pabrik penggilingan padi berjalan yualif grandongan yang di miliki oleh bapak Deni, mempunyai strategi berbeda yaitu lebih mengedepankan di penggilingannya. Dalam hal ini bapak deni selaku pemilik yualif grandongan lebih mementingkan menurunkan jasa penggilingan yaitu untuk 12 kg penggilingan pihak yualif mendapat 1 kg.[9] Sedangkan grandongan-grandongan lainnya untuk imbal jasa atau bagi hasil yaitu setiap 10 kg beras yang digiling, pihak grandongan mendapat 1 kg beras. Hal tersebut di karenakan yualif grandongan termasuk pabrik penggilingan padi berjalan yang msih baru, itu sebabnya pak deni selaku pemilik yualif grandongan memilih menurunkan harga penjualan jasa gilingnya untuk mengenalkan dan menggait pelanggan dengan menurunkan harga

Berdasarkan penjelasan bapak deni selaku pemilik yualif grandongan tentang strategi yang digunakan ia beralasan karena ia salah satu pengusaha penggilingan padi berjalan yang baru beroprasi di Desa Tempuran 12 B dibandingkan pengusaha grandongan lainnya, dengan menurunkan bagi hasil/bawonan jasa penggilingan ia yakin para konsumen akan lebih tertarik

[9]Wawncara dengan Bapak Deni, pemilik yualif grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018

dengan grandongannya dan menjadi unggul dipasaran karna harga yang miring dibandingkan grandongan lainnya.[10]

Berdasarkan paparan di atas jelaslah sistem imbal jasa dari pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12 B yang meliputi Rukun Jaya (RKJ Grandongan), Joko (Jk Grandongan), dan Mulyani Grandongan yaitu setiap 10 kg beras yang digiling, pihak grandongan mendapatkan 1 kg beras. Sedangkan pada Yualif Grandongan yaitu mendapatkan setiap 12 kg beras yang digiling, pihak Yualif Grandongan mendapatkan 1 kg beras. Menurut Bapak Deni, selaku pemilik Yualif Grandongan hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen.

Untuk layanan yang diberikan oleh pabrik penggilingan padi berjalan di Tempuran 12 B yaitu dengan memanfaatkan telepon ataupun *short message service* (SMS). Pabrik padi berjalan akan segera datang setelah konsumen memberi tahu bahwa konsumen tersebut membutuhkan jasa penggilingan padi berjalan. Selain itu, konsumen tidak perlu bersusah payah mengangkat atau memikul padi yang akan digiling, karena karyawan jasa penggilingan padi berjalan sudah siap untuk melayani konsumen tersebut.

Imbalan jasa yang bisa didapat para tiap-tiap pemilik grandongan selain bawonan/bagi hasil dari penggilingan beras yaitu upah sisa penggilingan selain beras seperti beras menir dan dedak. Kepemilikan tersebut melului akad atau kesepakatan antara pemilik grandongan dan

[10]Wawancara dengan Bapak Deni, pemilik yualif grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018

konsumen. Apabila konsumen tersebut tidak membutuhkan, maka pihak pabtrik berjalan akan menerima bekatul atau dedak tersebut. Pemberian sisa penggilingan tersebut dapat di katakan bonus bagi para pemilik grandongan.

Berdasarkan pemaparan di atas jelaslah bahwa strategi bersaing yang di lakukan pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12B adalah memiliki strategi bersaing yang di unggulkan setiap pemilik pabrik padi berjalan, seperti yang di lakukan oleh Rukun Jaya (RKJ grandongan) yaitu lebih mengunggulkan tentang kualitas, kejujuran dan transparan. selain itu untuk Joko (JK grandongan) ia memiliki strategi lain yaitu lebih mengedepankan tentang garansi yaitu setiap penggilingan yang di lakukan meminimalisir jumlah beras menir yang di hasilkan. Untuk yualif grandongan ia lebih cenderung menurunkan biaya jasa penggilingan sedangkan mulyani grandong ia lebih memilih berkeliling supaya mendapat konsumen baru yang belum menjadi konsumen grandogan lainnya.

C. Strategi Bersaing Pabrik Penggilingan Padi Berjalan Desa Tempuran 12 B Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah Persepektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, banyak informasi yang perlu dikaji lebih dalam. Khususnya dalam penerapan strategi bersaing yang diterapkan pabrik penggilingan padi berjalan di Desa Tempuran 12B dalam pandangan etika bisnis isalam yaitu:

Etika bisnis Islam adalah landasan normatif yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan as-Sunnah Nabi Muhammad Saw, sebagai acuan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis secara alami.[11]

Persaingan dalam etika bisnis islam harus memenuhi beberapa prinsip-prinsip salah satunya yaitu tanggung jawab. Pelaksanan tanggung jawab suatu bisnis/usaha merupakan komitmen pengusaha atau dunia bisnis. Untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan harus memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Berdasarkan prinsip etika bisnis dalam kegiatan pelayanan jasa dan perdagangan harus mengutamakan sifat amanah dan taqwa demi terciptanya keindahan walapun dalam lingkup persaingan yang ketat, keterangan di atas di jelaskan dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: *Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya*. (Q.S. Al-Muddatstsir: 38)[12]

---

[11]Muslich, *Etika Bisnis Islam Landasan Filososfis, dan Substansi Implementatif,* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 30

[12]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h. 985

Dalam sifat amanah dan taqwa terdapat aspek tanggung jawab yang wajib di miliki oleh semua pelaku usaha. Sifat itulah yang menjadi modal awal tiap pelaku usaha untuk membangun dan memajukan usahanya.

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti menemukan berbagai macam sifat yang di miliki setiap para pemilik usaha padi berjalan yang ada di Desa Tempuran 12B Lampung Tengah. Sifat ini menjadi patokan tentang kualitas dan indek penilaian para konsumen tentang masing-masing pabrik padi berjalan. Dalam praktek bisnisnya pengusaha masih belum benar-benar menerapkan sifat tanggung jawabnya. Baiknya sifat ini harus di banguna dan menjadi kesadaran tiap pelaku usaha demi terciptanya peribadi usaha yang baik.

Konsumen jasa penggilingan padi berjalan ini meliputi para petani yang memiliki lahan atau sawah yang tidak begitu luas. Menurutnya lebih efektif menggilingkan padinya ke penggilingan padi berjalan karena lebih mudah dan efektif dari pada menggilingkan padinya ke pabrik rumhan. Sealain mudah dan efektif menggilingkan padi ke grandongan juga lebih murah ongkos jasa atau bawonannya.[13]

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan adalah keunggulan yang tidak mudah ditiru, membuat suatu perusahaan dapat merebut dan mempertahankan posisinya sebagai pimpinan pasar. Karena sifatnya yang tidak mudah ditiru, keunggulan bersaing yang berkelanjutan merupakan satu

[13]Wawancara dengan Ibu Sundari, konsumen Grandongan pada tanggal 7 Juni 2018

strategi bersaing yang dapat mendukung kesuksesan suatu perusahaan untuk jangka waktu yang lama.

Dalam hal ini peneliti menemukan permasalahan dalam penerapan strategi bersaing yang dilakukan pabrik padi berjalan, yaitu keunggulan yang di terapkan oleh yualif grandongan yang di miliki oleh Bapak Deni lebih dengan menurunkan ongkos penggilingan sebagai strategi bersaing, yaitu untuk per 12 (duabelas) kg, yualif grandongan mendapatkan 1 kg beras sebagai ongkos penggilingan sedangkan grandongan lainnya mematok harga untuk 10 (sepuluh) kg beras grandongan lainnya mendapat 1 kg beras bawon/bagi hasil, dengan strategi tersebut di harapkan murahnya harga jasa penggilingan padi tersebut akan membuat masyarakat atau pelanggan menjadi lebih tertarik.

Cara tersebut sebenarnya tidak di anjurkan karena sangat bertentanan dalam etika bisnis islam selain itu juga dapat merugikan dan menjatuhkan harga jasa penggilingan grandongan lainnya. Baiknya tiap-tiap grandongan lebih mengedepankan sifat yang saling mendukung satu sama lain, tidak saling menjatuhkan agar terciptanya peraingan yang sehat. Bila ingin memenangkan persaingan, harga harus kompetitif.[14]

Allah telah memberi peringatan pada umatnya untuk tidak berlaku curang dalam muamalah atau dalam perdagangan. Karna dalam persaingan

[14]Yusanto dan Widjajakusuma, menggagas Bisnis Islam,(Jakarta: Gema Insani Press,2003),h 96

tidak diperbolehkan menjatuhkan satu sama lain jelaslah di larang oleh islam karena akan ada yang di rugikan.

Sebagai firman Allah dalam Al-Quran Surat An-Nissa' ayat 29 adalah sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artiya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-nissa: 29).[15]

Berdasarkan penelitian, peneliti menemukan strategi yang berbeda yang di lakukan oleh Bapak Joko selaku pemilik JK grandongan yaitu jujur dan memberikan garansi kepada konsumennya tentang kualitas beras yang dia jual. Cara ini menjadi cara yang efektif dan berbeda yang di lakukan bapak joko untuk menarik para konsumen.

Sedangakn untuk mulyani grandongan memiliki cara lain, yaitu area pemasaran yang luas menjadikan mulyani grandongan satu satunya grandongan dengan wilayah pasar yang paling luas.[16] Sehingga menjadikakan mulyani grandongan sebagai grandongan yang akan maju di masa mendatang

---

[15]Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), h 82

[16] Wawanca dengan Bbapak Kendup, pemilik mulyani grandongan, pada tanggal 7 Juni 2018

karena jangkauannya yang sangat luas menjadikan mulyani memiliki konsumen yang lebih banyak dari grandongan-grandongan lainnya

Pelayanan untuk konsumen di berikan dengan ramah, tapi tidak dengan mendekati maksiat, jujur dan tidak boleh berlaku curang. Pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen nyaman dan tidak merasa terganggu dengan pelayanan yang di berikan pelaku usaha, dalam proses penggilingan terdapat sisa selain beras berupa bekatul, beras menir, dedak, pihak grandongan menyerahkan pada konsumen yang bersangkurtan namun jika konsumen tidak menginginkan sisa dari penggilingan tersebut, maka sisa penggilingan padi itu menjadi milik grandongan. Hal tersebut melalui persetujuan antara konsumen dengan pihak grandongan.

Pelayanan lainnya yaitu layanan dengan memanfaatkan telefon atau *short massage service* (SMS), sebagai alat dan media yang di gunakan untuk memudahkan para konsumennya untuk menggunakan jasa penggilingan padi berjalan. Selain itu untuk memudahkan para konsumennya pihak grandongan menyediakan kuli angkut yang bertugas untuk mengangkat gabah yang di miliki konsumen dari rumah pemilik gabah menuju tepat penggilingan (biasanya di samping jalan atau pekarangan yang lapang).

Untuk limbah penggilingan (merang) di tanggung oleh si penggiling atau konsumen, karena penggilingan padi berjalan ini tempat penggilingannya tidak menetap pada satu tempat, dalam kata lain konsumen bertanggung jawab atas limbah penggilingan.

Berdasarkan pembahasan diatas menujukkan bahwa strategi bersaing pabrik penggilingan padi berjalan persepektif etika bisnis islam yang di gunakan untuk menarik para pelanggan sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep islam yaitu dengan jujur dan transparan, pelayanan yang ramah dan baik menjadi syarat yang harus di miliki setiap grandongan, selain itu pemberian harga yang setabil menjadikan grandongan pilihan utama masyarakat dalam pembelian beras. Sebaiknya untuk memenangkan persaingan dalam berbisnis hendaknya sesuai dengan etika nbisnis islam yaitu tidak saling menjatuhkan satu sama lain, karena Allah telah membaginya antara mereka secara adil berdasarkan kebijaksanaan-NYA melalui penetapan hukum dan etika agar tidak menimbulkan perselisihan antara sesama pelaku bisnis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan. Analisa hasil penelitian dari lapanagan dengan berdasarkan temuan hasil penelitian dan dalil-dalil yang ada. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing yang dijalankan pabrik penggilingan padi berjalan persepektif etika bisnis islam untuk menarik para pelanggan sudah cukup baik. Dan sesuai dengan konsep islam yaitu dengan jujur, transparan dan pelayanan yang ramah. Namun ada strategi yang di terapkan oleh salah satu grandongan yang ada di Desa Tempuran 12B bertentangan dengan prinsip etika bisnis islam yaitu tanggung jawab terhadap sosial.

B. Saran

Bagi pabrik penggilingan padi berjalan Desa Tempuran diharapkan selalu menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mana saat ini diterapkan, dan diharapkan setiap pelaku usaha grandongan selalu mendukung satu sama lain dan tidak saling menjatuhkan satu sama lain untuk memenangkan persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Aziz. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha.* Bandung: Alfabeta, 2013.

Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian Teknik Penyusunan Skipsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Agus Arijanto. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Akbar Zainudin. *Man Jadda Wajjada*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Arwinence Pramadewi. "Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tenunan Ikat dan Kain Songket Dekranasda Rengat". dalam *Jurnal Pekbis*. Riau: Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Vol.2. No.2. Juli 2010.

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Burhan Ashafa. *Metode Penelitian Hukum.* Jakarta: Rineka Cipta, 2014.

Burhanuddin Salam. *Etika Individual; Pola Dasar Filsafat Moral*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.

Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara, 2013

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya.* Bandung: CV. Diponegoro, 2008.

Erni R. Ernawati. *Etika Bisnis.* Bandung: Alfabeta, 2011.

Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2008.

Farida Jasfar. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor :Ghalia Indonesia, 2005.

Frans. *Manajemen Dalam Dunia Bisnis*. Jakarta:Grasindo, 2003.

Helin Frences. *Stategi Konsepsi Memenangkan Perang* Bisnis. Jakarta: Mida Pustaka, 2007.

Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009

Husein Umar. *Strategik Manajemen In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2003.

Husni Darmawan. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Jasa Penggilingan Padi di Desa Lubuk Terentang Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Tinjauan Ekonomi Islam”. dalam http://repository.uin-suska.ac.id/6694/3/BAB_II_2_.pdf. diakses pada tanggal 17 September 2017

Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

Irham Fahmi. *Etika Bisnis: Teori. Kasus. dan Solusi*. Bandung: Alfabeta. Bandung, 2014.

J. David Hunger & Thomas L. Wheelen. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi, 2003.

Juliansyah Noor. *Metodelogi Penelitian Skripsi Tesis Disertasi. dan Karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

M. Suyanto. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi, 2007.

Michael E. Porter. *Competitive Strategy*. Jakarta: Erlangga, 1980.

Mudrajad Kuncoro. *Manajemen Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompjetitif*. Jakarta: Erlangga, 2002.

-------. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing*. Jakarta: PT. Gelora Aksara, 2005.

Muhammad Djakfar. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam.* Malang: UIN Malang Pers, 2007.

Muhammad Ismail Yusanto. Muhammad Karebet Wijaya Kusuma. *Mengagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani, 2002.

Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.

Muslich. *Etika Bisnis Islam Landasan Filososfis. dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.

Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010.

Nurcahaya Sianipar. “Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Laundry di Padang Bulan Studi Kasus Pada Cheap Laundry”. dalam https://text-id.123dok.com/document/8yd72lyp-analisis-strategi-bersaing-pada-usaha-laundry-di-padang-bulan-studi-kasus-pada-cheap-laundry.html. diunduh pada tanggal 16 September 2017

Nurul Fadilah. “Pengaruh Strategi Kompetitif Terhadap Kinerja Perusahan Dengan *Supply Chain* Sebagai Variabel Moderating Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2008-2011”. Dalam Http://Eprints.Perbanas.Ac.Id/1610/. Diakses Pada Tanggal 14 Oktober 2017

Rengga. “Analisis Keuntungan Usaha Huller Berjalan Studi Kasus di Nagari Koto Baru Simalanggang Kabupaten Lima Puluh Kota”. dalam http://scholar.unand.ac.id/19856/2/ upload %20bab1.pdf. diakses pada tanggal 17 September 2017

Simbong Mangiwa. “Analisis Strategi Bisnis Jasa Warung Internet Warnet Studi kasus pada Warnet “Global Internet” Kota Depok”. dalam http://www.gunadarma.ac.id/library/ articles/postgraduate/information-system/Sistem%20Informasi%20Bisnis/Artikel_92207038.pdf. diakses pada tanggal 17 September 2017

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D.* Bandung: Alfabeta, 2016

Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2013.

Sutrisno Hadi. *Metodologi Reseach I.* Yogyakarta: Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1984.

Suwarsono. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan, 1994.

Taufiq Amir. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Veithzal Rivai. dkk. *Islamic Businees And Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.

W.Gulo. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Grafindo, 2005.

Widhie Rahadian Pash. “Analisis Strategi Bersaing Pada Industri Fotografi Studi Pada Seepic Photoworks”. dalam http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?act=view&buku_id=91833 &mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&typ=html. diunduh pada tanggal 21 desember 2017

Widia Astuty. “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pangsa Pasar Industri Kecil Pengolahan Ikan di Sumatera Utara”. dalam *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Vol. 10. No. 1 Maret 2010.

Yolanda M. Siagian. *Aplikasi Supplay Manajemen Dalam Dunia Bisnis*. Jakarta: PT Grasind, 2005.

Yusanto dan Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islam, jakarta: Gema Insani Press,2002.